

摘要

制药企业的生存和发展均与“新药”有关。故新药数减少时，政府逾趋严格的药价控制，保险公司对医师的用药限制，仿制药品的入市等因素越加威胁到企业的生存，考验着企业的营销能力。学界认为了解医师处方行为之影响因素有助于问题的解决。

透过文献回顾，医师处方行为受到信息数量和信息质量的共同影响。其中一定量的信息是制定决策的基础，信息的质量则是决策制定好坏的基础。基于此认识，本研究关注的是影响医师处方行为的各种信息来源。透过问卷，发现企业方面提供的信息重在数量，医院方面提供的信息则重在质量，而学术机构提供的信息既重数量又重质量。透过访谈，发现导致信息数量产生差异的原因在于信息来源具有提供信息的意愿与能力。导致信息质量产生差异的原因在于信息来源具有高权威性和高相似性（提供的信息与医师的经验相近，或信息传播者与医师有着相似的经历）。

最后，本研究认为向医师提供的信息越多，越可能改变医师处方行为。信息来源的权威性和相似性也可影响医师处方行为。于是提出建议，企业首先应重视信息的提供。其次透过整合信息来源，提高信息的质量。最后透过数据库的建立，了解医师对信息的不同需求，分析影响医师处方行为的因素，有效制定出营销策略。

关键词：信息、医师处方行为、制药企业